

**FAKTOR - FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS  
MEREK DAN PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA  
MEREK *FAST FASHION***

**ANNISA NUR SANTOSO**

**1705618050**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapatkan Gelar  
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2022**

***FACTORS INFLUENCING BRAND LOYALTY AND CONSUMER  
REPEAT PURCHASE ON FAST FASHION BRAND***

**ANNISA NUR SANTOSO**

**1705618050**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

*This Thesis was Written to Fullfill One of the Requirements to Obtain a Bachelor  
of Management Degree at the Faculty of Economics, Jakarta State University*

***UNDERGRADUATE STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***JAKARTA STATE UNIVERSITY***

**2022**

## ABSTRAK

**Annisa Nur Santoso, 2022; Faktor - Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Merek dan Pembelian Ulang Konsumen pada Merek *Fast Fashion*. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dr. Osly Usman, M.Bus & Ika Febrilia, SE, M.M.**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antara; citra merek dengan pembelian ulang, citra merek dengan loyalitas merek, kualitas produk dengan pembelian ulang, kualitas produk dengan loyalitas merek, loyalitas merek dengan pembelian ulang, citra merek dengan pembelian ulang yang dimediasi oleh loyalitas merek, kualitas produk dengan pembelian ulang yang dimediasi oleh loyalitas merek pada konsumen Uniqlo di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan ialah dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Uniqlo di Jakarta yang pernah membeli produk Uniqlo dua kali dalam kurun waktu 6 bulan. Sampel pada penelitian ini sebanyak 246 responden. Peneliti menganalisis dan mengolah data menggunakan SPSS dan AMOS versi 24. Hasil dari penelitian ini ialah ditemukannya pengaruh yang positif dan signifikan akan seluruh hipotesis yaitu; citra merek dengan pembelian ulang, citra merek dengan loyalitas merek, kualitas produk dengan pembelian ulang, kualitas produk dengan loyalitas merek, loyalitas merek dengan pembelian ulang, citra merek dengan pembelian ulang yang dimediasi oleh loyalitas merek, kualitas produk dengan pembelian ulang yang dimediasi oleh loyalitas merek.

**Kata kunci:** Citra merek, Kualitas Produk, Pembelian Ulang, Loyalitas Merek, Uniqlo

## **ABSTRACT**

**Annisa Nur Santoso, 2022; *Factors Influencing Brand Loyalty and Customer Repeat Purchase on Fast Fashion Brand. Thesis, Jakarta: Undergraduate Study Program of Management, Faculty of Economics, Jakarta State University. Advisory Team: Dr. Osly Usman, M.Bus & Ika Febrilia, SE, M.M.***

*This study aims to determine the influence between; brand image on repurchase, product quality on repurchase, brand image on brand loyalty, product quality on brand loyalty, brand image on repurchase through brand loyalty, product quality on repurchase through brand loyalty of Uniqlo's consumers in Jakarta. The methods use in this study is by distributing questionnaires to the Uniqlo's consumer in Jakarta who bought the product twice in 6 months. The sample of this study has 246 respondents. This study uses SPSS and AMOS 24 version in analyze and process the data. The results found in this study shows that it has positive and significant influences for all the hypotheses applied; brand image on repurchase, product quality on repurchase, brand image on brand loyalty, product quality on brand loyalty, brand image on repurchase through brand loyalty, product quality on repurchase through brand loyalty.*

**Keywords:** *Brand Image, Product Quality, Repurchase, Brand Loyalty, Uniqlo*

# LEMBAR PENGESAHAN

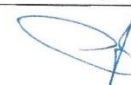


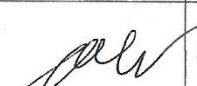


## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd  
NIP. 197207152001121001



No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Agung Kresnamurti Rivai Prabumenang, ST, M.M NIP. 197404162006041001 (Ketua)		28 JULI 2022
2	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Penguji 1)		3 Agustus 2022
3	Dr. Chairul Furqon, S.Sos.,MM NIP. 197206152003121009 (Penguji 2)		28 JULI 2022
4	Dr. Osly Usman, M.Bus NIP. 197401152008011008 (Dosen Pembimbing 1)		3 Agustus 2022
5	Ika Febrilia, SE, M.M NIP. 198702092015042001 (Dosen Pembimbing 2)	 	1 Agustus 2022

Nama : Annisa Nur Santoso  
No. Registrasi : 1705618050  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tanggal Lulus : 26 Juli 2022

# LEMBAR ORISINALITAS

## LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta

Jakarta, 19 Juni 2022

Yang Membuat Pernyataan



Annisa Nur Santoso

No Reg. 1705618050



# LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Annisa Nur Santoso  
NIM : 1705618050  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/S1 Manajemen  
Alamat email : Annisans1212@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Merek dan Pembelian Ulang Konsumen pada Merek *Fast Fashion*

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Juli 2022

Annisa Nur Santoso

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas limpahan karunia dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini. Shalawat serta salam tak lupa senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW dan semoga kita tetap istiqomah menjadi pengikutnya hingga akhir zaman.

Proposal penelitian ini disusun sebagai bentuk pemenuhan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana dan juga pembuktian dalam rangka menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki mahasiswa. Dalam proses penyusunan proposal penelitian ini, penulis menyadari bahwa pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki terbatas dan memiliki banyak kekurangan, namun berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini. Oleh karena itu, tak lupa melalui laporan ini pula penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

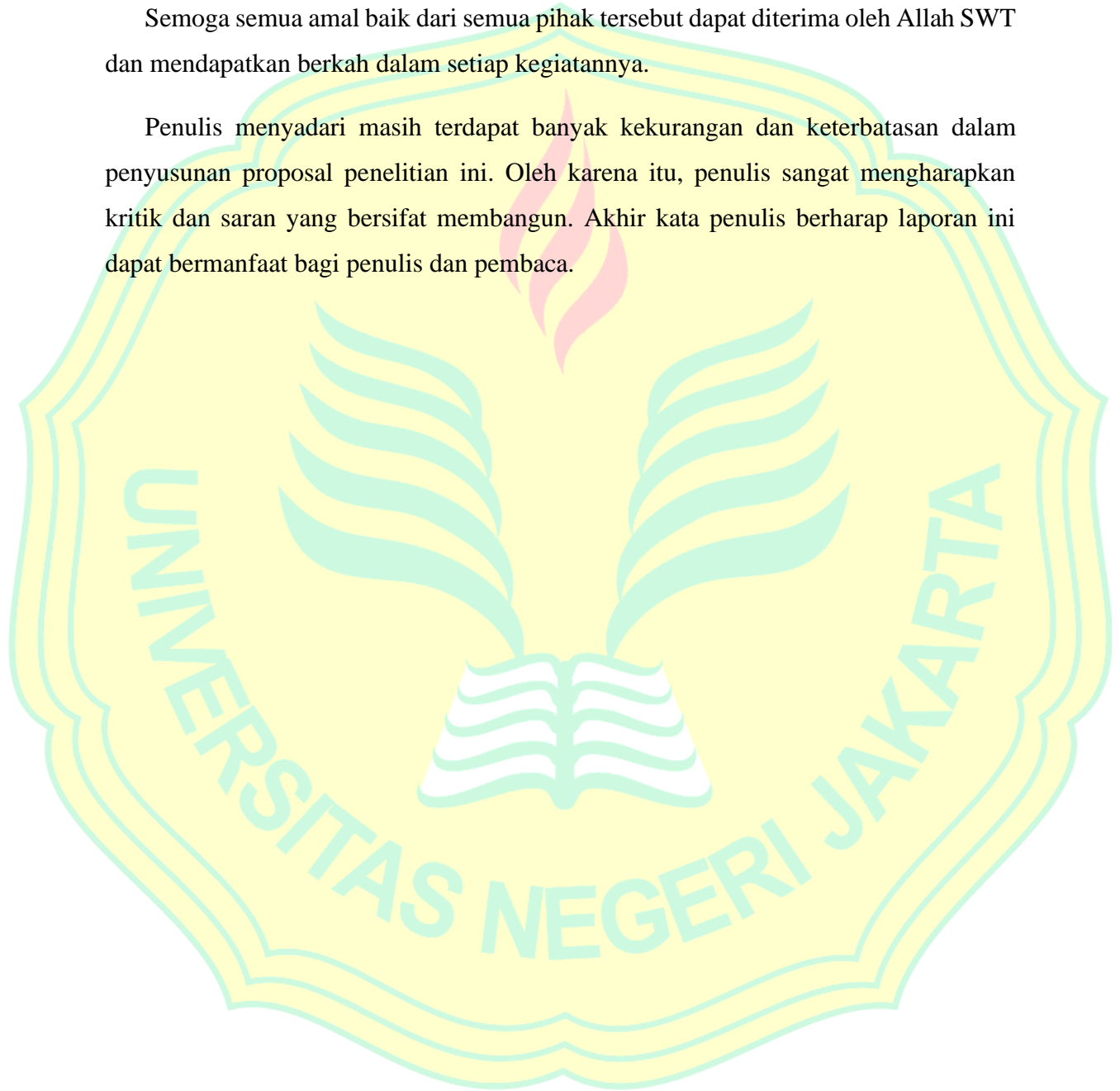
1. Dr. Osly Usman, M.Bus selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan laporan ini.
2. Ika Febrilia, SE, M.M. selaku dosen pembimbing II yang juga memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan laporan ini.
3. Prof. Dr. Suherman., M. Si. selaku koordinator program studi S1 Manajemen.
4. Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M. Pd. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Prof. Dr. Komarudin, M.Si selaku rektor Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh dosen Manajemen Fakultas Ekonomi UNJ atas segala ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan.
7. Orang tua tercinta yang telah memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan serta doa kepada penulis.
8. Kepada seluruh sahabat dan teman baik penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis.



9. Dan juga semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, yang telah mendukung penulis.

Semoga semua amal baik dari semua pihak tersebut dapat diterima oleh Allah SWT dan mendapatkan berkah dalam setiap kegiatannya.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan proposal penelitian ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	ivi
LEMBAR ORISINALITAS .....	ivi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	15
2.1 Teori Pendukung .....	15
2.1.1 Pembelian Ulang Konsumen ( <i>Consumer Repeat Purchase</i> ) .....	15
2.1.2 Loyalitas Merek ( <i>Brand loyalty</i> ).....	18
2.1.3 Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	22
2.1.4 Kualitas Produk ( <i>Product Quality</i> ).....	25
2.1 Kerangka Teori dan Hipotesis .....	28
2.2.1 Kerangka Teori .....	28
2.2.2 Kerangka Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	37
3.1.1 Waktu Penelitian.....	37
3.1.2 Tempat Penelitian .....	37

3.2 Desain Penelitian .....	38
3.3 Populasi dan Sampel .....	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel .....	39
3.4 Pengembangan Instrumen .....	40
3.4.1 Variabel Penelitian.....	40
3.4.2 Definisi Operasional dan Konseptual .....	40
3.4.3 Skala Pengukuran .....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.6 Teknik Analisis Data .....	46
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	47
3.6.2 Uji Validitas .....	47
3.6.3 Uji Reliabilitas .....	49
3.6.4 Uji Kesesuaian Model.....	50
3.7 Uji Hipotesis.....	53
3.8 Model SEM .....	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Deskripsi Data .....	55
4.2 Teknik Analisis Data.....	56
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	56
4.2.2 Uji Validitas.....	60
4.2.3 Uji Reliabilitas .....	65
4.2.4 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) .....	65
4.2.5 Uji Kesesuaian Model .....	71
4.3 Uji Hipotesis.....	74
4.3.1 Berdasarkan <i>Fit Model</i> .....	74
4.3.3 Pembahasan Hipotesis .....	77
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>82</b>
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Implikasi .....	84

5.3 Keterbatasan Penelitian .....	85
5.4 Saran Penelitian .....	85
5.4.1 Saran Praktis .....	85
5.4.2 Saran Teoritis .....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	88
LAMPIRAN – LAMPIRAN .....	93



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Transaksi Online di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Toko Uniqlo .....	2
Gambar 1. 3 <i>Worldwide Apparel Manufacturer and Retailer: Ranked by Market Capitalization</i> .....	3
Gambar 1. 4 <i>The Environmental Impact of Fast Fashion</i> .....	5
Gambar 1. 5 Buruh Uniqlo Saat Melakukan Protes.....	6
Gambar 1. 6 Ulasan Negatif Pembeli Uniqlo.....	8
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	35
Gambar 3. 1 Model SEM Diolah dengan AMOS .....	54
Gambar 4. 1 Hasil Awal Uji CFA (Brand Image) .....	66
Gambar 4. 2 Hasil Perbaikan Uji CFA (Brand Image).....	67
Gambar 4. 3 Hasil Awal Uji CFA (Product Quality).....	68
Gambar 4. 4 Hasil Awal Uji CFA (Brand Loyalty).....	69
Gambar 4. 5 Hasil Awal Uji CFA (Repeat Purchase).....	70
Gambar 4. 6 Hasil Perbaikan Uji CFA (Repeat Purchase) .....	71
Gambar 4. 7 Full Model SEM.....	72
Gambar 4. 8 Fit Model SEM.....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Loyalitas Merek .....	41
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Keputusan Pembelian Ulang.....	41
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Citra Merek .....	42
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Kualitas Produk.....	42
Tabel 3. 5 Likert-type.....	45
Tabel 3. 6 <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	53
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
Tabel 4. 4 Tabel Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> .....	57
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif <i>Product Quality</i> .....	58
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif <i>Brand Loyalty</i> .....	59
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif <i>Repeat Purchase</i> .....	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji KMO ( <i>Brand Image</i> ).....	61
Tabel 4. 9 Exploratory Factor Analysis ( <i>Brand Image</i> ).....	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji KMO ( <i>Product Quality</i> ).....	62
Tabel 4. 11 Exploratory Factor Analysis ( <i>Product Quality</i> ).....	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji KMO ( <i>Brand Loyalty</i> ) .....	63
Tabel 4. 13 Exploratory Factor Analysis ( <i>Brand Loyalty</i> ).....	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji KMO ( <i>Repeat Purchase</i> ).....	64
Tabel 4. 15 Exploratory Factor Analysis ( <i>Repeat Purchase</i> ) .....	64
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas .....	65
Tabel 4. 17 Hasil Awal Uji CFA ( <i>Brand Image</i> ).....	66
Tabel 4. 18 Hasil Perbaikan Uji CFA ( <i>Brand Image</i> ).....	67
Tabel 4. 19 Hasil Awal Uji CFA ( <i>Product Quality</i> ) .....	68
Tabel 4. 20 Hasil Awal Uji CFA ( <i>Brand Loyalty</i> ).....	69
Tabel 4. 21 Hasil Awal Uji CFA ( <i>Repeat Purchase</i> ).....	70
Tabel 4. 22 Hasil Perbaikan Uji CFA ( <i>Repeat Purchase</i> ) .....	71
Tabel 4. 23 Hasil Uji Full Model SEM.....	72
Tabel 4. 24 Hasil Uji Fit Model SEM.....	73
Tabel 4. 25 Hasil Estimasi Model.....	74
Tabel 4. 26 Hasil Uji Hipotesis Langsung .....	76
Tabel 4. 27 Hasil Uji Hipotesis Tidak Langsung .....	77



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	93
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2: Output Responden.....	99
Lampiran 3: Hasil Analisis Data .....	113
Lampiran 4: Riwayat Hidup Penulis.....	1131

